

Vuelta a Clases Argentina



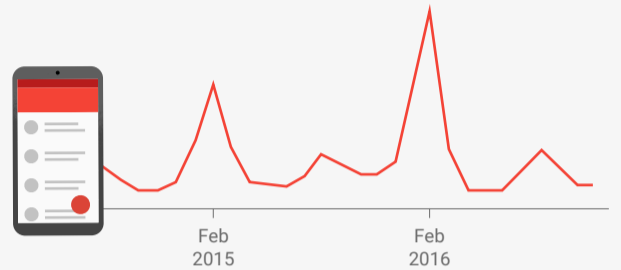
El camino del consumidor está fragmentado en miles de micro-momentos en los que las personas recurren a sus smartphones para responder a una necesidad de hacer algo, encontrar información, entretenerse o realizar una compra.

Cada uno es una oportunidad única para las marcas de influenciar las decisiones y preferencias del consumidor.



59%

aumentaron las búsquedas relacionadas a Vuelta a Clases en YouTube en el último año en Argentina.



57%

aumentaron las búsquedas relacionadas con la Vuelta a Clases en Argentina en el primer trimestre de 2016 vs 2015.



38%

de las búsquedas de Vuelta a Clases en Argentina fueron hechas desde un Dispositivo móvil en el primer trimestre de 2016, mostrando un 102% de crecimiento vs 2015.



44%

de los consumidores argentinos hace primero una investigación online para luego hacer la compra del producto seleccionado en la tienda física del proveedor elegido.

Las categorías de mayor crecimiento

Cuadernos, mochilas, uniformes y útiles escolares son algunos de los productos que más ven aumentado el interés de parte de los usuarios argentinos durante el primer trimestre del año, mostrando un gran crecimiento de búsquedas versus el resto del año:

+125%

Cuadernos

+78%

Mochilas

+48%

Uniformes

+199%

Útiles escolares

